

Empreendedorismo em nutrição: estudo observacional do perfil do nutricionista atuante no mercado empreendedor

Entrepreneurship in nutrition: an observational study of the profile of the nutritionist working in the entrepreneurial market

Camila Rolão Lumertz, Janaína Guimarães Venzke

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS
Departamento de Nutrição – Curso de Nutrição
janaina.venzke@ufrgs.br, calumertz@hotmail.com

Resumo. O crescimento do número de nutricionistas no Brasil levou a uma nova configuração do mercado de trabalho onde se percebe a tendência das profissões em buscar uma atuação liberal. O presente estudo objetiva a realização de uma análise descritiva do perfil de nutricionistas empresários, com a finalidade de fomentar as instituições de ensino com elementos para abordar o empreendedorismo na formação profissional universitária. A amostra foi realizada por conveniência e a população alvo foram nutricionistas nos estados do Rio Grande do Sul, São Paulo e Distrito Federal com empresa própria no ramo da nutrição. Foi identificado um perfil de nutricionistas empresários em sua maioria mulheres, com idades entre 20 e 40 anos. A maioria atua na área de alimentação coletiva e em geral, estão muito satisfeitos com seus negócios e buscam atualizações e formações complementares nas áreas de liderança, gestão e finanças, de maneira a obter respaldo teórico e prático voltados ao seu ambiente.

Palavras-chave: mercado de trabalho, organizações, nutricionistas.

Abstract. *The growth of the number of nutritionists in Brazil has led to a new configuration of the job market where can perceive the tendency of the professions to seek a liberal job. The present study aims to conduct an observational analysis of the profile of entrepreneurial nutritionists, with the purpose of promoting educational institutions with elements to approach entrepreneurship in university. The sample was made for convenience and the population was nutritionists in the states of Rio Grande do Sul, São Paulo and the Federal District. A profile of entrepreneurial was identified, mostly women, aged between 20 and 40 years. Most of them work in the collective feeding area and are generally very satisfied with their business and seek updates and complementary training in the areas of leadership, management and finances, in order to obtain theoretical and practical support for their environment.*

Key words: *job market, organizations, nutritionists.*

Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística
Edição Temática em Gestão, Internacionalização e Desenvolvimento
Vol. 6 no 6 – setembro de 2017, São Paulo: Centro Universitário Senac
ISSN 2179-474X

Portal da revista: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/>
E-mail: revistaic@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença [Creative Commons Atribuição-Não Comercial-SemDerivações 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) 

1. Introdução

A origem do termo empreendedorismo vem da palavra francesa *entrepreneur* que, segundo o dicionário escolar Francês/Português-Português/Francês, significa "empreendedor; empreiteiro; empresário". Na mesma referência são mencionados os verbos *entreprendre*, o qual assume as denotações de "empreender; tomar de empreitada [...]", e *enterprise* como "empresa; empreendimento, empreitada; estabelecimento" (CORRÊA, 1958).

Os estudos sobre o empreendedorismo começaram com foco no campo da economia e o seu principal teórico clássico é o economista Joseph Schumpeter, o qual enfatiza a relação deste tema com a questão da inovação ligado com a noção de "destruição criativa", isto é, na introdução de inovações ou de novas combinações de algo que já existe e, obviamente, sua importância para o desenvolvimento econômico (LEITE; MELO, 2008; FILION, 1999).

O psicólogo David McClelland foi o responsável pelo crescimento do foco mais comportamental, ao voltar-se para características do empreendedor, abrangendo sua subjetividade, comportamento e atitudes. Assim, o significado de empreendedorismo repousa não somente na contribuição econômica, mas antes, nos atributos psicológicos presentes em si (LEITE; MELO, 2008).

Há também uma abordagem sociológica que leva em consideração o contexto em que os indivíduos estão inseridos e considera que as experiências vividas influenciam as escolhas por empreender (GUIMARÃES, 2002).

No entanto, Gartner (2001) conclui que os estudos em torno do empreendedorismo não levam a uma teoria abrangente do campo, porque não há teoria de empreendedorismo que possa dar conta da diversidade e complexidade deste fenômeno.

De acordo com Dornelas (2008), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma em 1990, com a abertura da economia. Antes da década de 90, praticamente não se falava em empreendedorismo e criação de novas empresas porque, segundo o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) (SEBRAE, 2013) os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor dificilmente encontrava respaldo para auxiliá-lo na jornada empreendedora.

Segundo Roese, Binotto e Bullau (2005), a busca de apoio técnico e gerencial é um dos fatores de sucesso para o empreendimento e para tanto, hoje há vários órgãos de fomento como o Sebrae, que prestam auxílio a esses empreendedores há alguns anos.

Segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2016) a taxa total de empreendedorismo no Brasil em 2015 atingiu seu maior índice de todos os tempos. Em quatorze anos, essa taxa de empreendedorismo saltou de 20,9%, em 2002, para 39,3%, em 2015, com quase 50 milhões de indivíduos trabalhando através da atuação liberal. Segundo informações da pesquisa mencionada, o ambiente de negócios no Brasil melhorou muito na última década e hoje o empreendedorismo é uma opção real de ocupação e renda para milhões de pessoas.

No mercado brasileiro há um nutricionista para cada 1.750 habitantes no Brasil, no ano de 2016, segundo dados do Conselho Federal de Nutricionistas (2016), divididos nas diversas áreas de atuação, como Unidade de Alimentação e Nutrição, Nutrição Clínica, Saúde Coletiva, Docência, Indústria de Alimentos, Nutrição no Esporte e Marketing de Alimentos e Nutrição (CFN, 2016) ---.

Pode-se observar que este profissional sempre se concentrou de maneira significativa na área clínica. Todavia, com o passar dos anos, houve uma nova configuração do mercado de trabalho do nutricionista, se convertendo de profissional liberal, focado na área da saúde, em profissional organizacional, necessitando de conhecimentos específicos da área de gestão, devendo possuir uma série de competências tanto do ponto de vista pessoal quanto do ponto de vista gerencial (NOBREGA *et al.*, 2012).

Segundo Vasconcelos e Calado (2011) houve um aumento substancial no número de cursos de nutrição e uma ampliação quantitativa de nutricionistas no mercado de trabalho, com crescente processo de divisão e especialização do trabalho.

Logo, seja qual for o âmbito de sua atuação, o nutricionista deve contribuir para os avanços e para o reconhecimento das múltiplas possibilidades profissionais (NEGRI; RAMOS; HAGEN, 2011), inclusive através da atuação liberal.

Diante disto, observa-se uma tendência competitiva e especializada nas profissões da área da saúde. Na enfermagem, por exemplo, estudos de âmbito internacional evidenciaram que vários enfermeiros buscaram novas alternativas de trabalho para se libertarem da burocracia e limites impostos pelas instituições tradicionais de cuidado em saúde (BACKES; ERDMANN; BUSCHER, 2010).

Contudo, atualmente, a estrutura tradicional de ensino que prevalece no Brasil enfatiza o direcionamento dos alunos para obtenção de empregos no setor público ou privado e em sua maioria negligencia o empreendedorismo como alternativa de carreira, geralmente associando essa iniciativa a atividades de alto risco (GEM, 2016).

Portanto, diante do crescimento do número de nutricionistas no Brasil, da nova configuração do mercado de trabalho, da tendência das profissões em buscar a atuação liberal, aliado a pouca pesquisa científica na área de empreendedorismo com a profissão do nutricionista e escassos projetos nas instituições de ensino a respeito desse assunto, o presente estudo objetiva a realização de uma análise descritiva do perfil de nutricionistas empresários, com a finalidade de fomentar as instituições de ensino com elementos para abordar o empreendedorismo na formação profissional universitária.

2. Referencial Teórico

Ensino do empreendedorismo

Em 1975, nos EUA, 50 instituições universitárias ministravam aulas de empreendedorismo, sendo que em 1998 já eram mais de mil. Hoje, o ensino de empreendedorismo no primeiro grau tornou-se obrigatório em cinco estados americanos (TERRA; DRUMONND, 2003).

No Brasil, a primeira iniciativa de ensino relacionada ao empreendedorismo foi em 1981, em São Paulo, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, com um curso de Especialização em Administração. Em 1984, o conteúdo do referido curso foi estendido para a graduação e ofertado pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (USP) e no Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) (GEM, 2008).

É possível perceber a inexistência de pesquisas que mostrem qual o nível educacional (fundamental ou superior) ou qual a idade ideal, propícia, para se aprender a empreender. O que se tem de concreto, é o fato da educação-aprendizagem e da escola, ajudar no processo de mudança do comportamento e no surgimento de novos atributos (MACHADO; ANEZ; RAMOS, 2005).

Os empreendedores natos continuam existindo e sendo referências de sucesso, no entanto, outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras (DORNELAS, 2008). Assim, também, desfaz-se a tese de que empreendedorismo é fruto de herança genética, ou seja, é possível que as pessoas aprendam a ser empreendedoras (FILION, 1999). Programas em educação e treinamento apontam para o desenvolvimento de empreendedores, aumentando a chance de sucesso para empreendimentos pequenos e médios. O Sebrae, por exemplo, é uma instituição que em parceria com as secretarias municipais de educação tem implantado uma série de programas e projetos com o objetivo de desenvolver nas crianças e nos jovens brasileiros, a competência empreendedora (CAMPELLI *et al.*, 2011).

Atualmente, concluir um curso superior, público ou privado, não garante emprego. Esta realidade gera preocupação para as Instituições de Ensino Superior (IES), pois desmotiva os jovens a concluírem a graduação. Como as universidades, faculdades e centros universitários podem contornar esse problema? "Formando empreendedores" é a resposta de algumas instituições, que estão deixando de lado a cultura de preparar o aluno para ser empregado e conduzindo para os primeiros passos em outro caminho, o dos empreendedores (MACHADO; ANÊZ; RAMOS, 2005).

De acordo com Dolabela (2000), as nossas universidades têm ainda que superar desafios internos para poder concentrar as suas energias na formação de pessoas com características empreendedoras. O modelo organizacional em que assenta hoje o ensino universitário brasileiro está esgotado. É preciso reinstitucionalizar e reinventar o ensino superior brasileiro, baseado no empreendedorismo (LEITE, 1999). Além disso, promover um programa nacional de educação empreendedora que abarque todos os níveis escolares, em particular nos campos de formação técnica e do nível superior (FILION, 1999).

Uma instituição de ensino empreendedora não é somente aquela que incluiu em seu projeto pedagógico disciplinas ou cursos de empreendedorismo, mas, sobretudo, aquela que adota como instituição, um novo paradigma educacional, tornando-se uma instituição empreendedora (CAMPELLI *et al.*, 2011).

Para que o ensino do empreendedorismo se torne mais eficiente, é preciso adotar metodologias próprias, diferentes das adotadas para o ensino convencional. Nesses termos, é necessária uma abordagem andragógica e fundamentada no "aprender fazendo", que utilize técnicas como oficinas, modelagem, estudos de caso, metáforas e dinâmicas. Por isso, também o professor precisa adequar-se, tornando-se muito mais um incentivador e condutor de atividades do que alguém que dita procedimentos padrões. É necessário que o professor também seja empreendedor (RONCON; MUNHOZ, 2009).

Empreendedorismo no Brasil

De acordo com Dornelas (2008), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma em 1990, com a abertura da economia, que propiciou a criação de entidades como o Sebrae e a Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (Softex).

Antes da década de 90, praticamente não se falava em empreendedorismo e criação de novas empresas porque, segundo o Sebrae (2013), os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor dificilmente encontrava respaldo para auxiliá-lo na jornada empreendedora.

Dados revelados a partir da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2014, mostram que a taxa total de empreendedorismo naquele ano atingiu seu maior índice de todos os tempos. Em dez anos, essa taxa de empreendedorismo saltou de 23%, em 2004, para 34,5%, ou seja, 46 milhões de indivíduos trabalhando através da atuação liberal, atualmente. Segundo informações da pesquisa, o ambiente de negócios no Brasil melhorou

muito na última década e hoje o empreendedorismo é uma opção real de ocupação e renda para milhões de pessoas.

Os resultados da pesquisa GEM (2014) indicam que cerca de 23 milhões de brasileiros estavam envolvidos com a criação ou administração de um negócio em estágio inicial, ou seja, a cada 100 brasileiros, 17 estavam envolvidos com uma atividade empreendedora com menos de três anos e meio. Dados referentes aos proprietários estabelecidos com mais de 42 meses de existência, também demonstram aproximadamente 23 milhões de empreendedores ativos. Aproximadamente, 53% dos empreendedores iniciais têm entre 18 e 34 anos, enquanto nas empresas que estão há mais tempo no mercado apenas 24% pertencem a essa faixa etária.

A perspectiva é de que os pequenos negócios continuem em uma trajetória de crescimento, já que o mercado interno brasileiro ainda oferece muitas oportunidades de negócios, seja para a classe média, em expansão, seja para segmentos específicos (GEM, 2014).

A busca da autonomia individual e a identificação de uma oportunidade de negócios foram os motivos preponderantes encontrados na pesquisa quantitativa de Vale, Corrêa e Reis (2014). Dos empreendedores pesquisados, 74% considerou o desejo de ter o próprio negócio e tornarem-se independentes como motivos muito importantes para empreender. Tal motivo é seguido pela identificação de uma oportunidade, julgada como muito importante por 68% deles. Por outro lado, a necessidade de ampliar a renda foi citada como muito importante por 66% dos entrevistados. A pesquisa também mostrou o impacto do fator desemprego, pois 12% dos indivíduos afirmaram empreender por estarem desempregados.

Empreendedorismo feminino

As empreendedoras têm um estilo próprio de gestão por combinarem características masculinas, como iniciativa, coragem e determinação, com características femininas, como sensibilidade, intuição e cooperação (MACHADO *et al.*, 2003).

Nos estudos brasileiros quanto ao empreendedorismo feminino destaca-se a pesquisa de Machado *et al.* (2003) como pioneira nessa temática. A pesquisa realizada com 90 mulheres empreendedoras no Brasil, França e Canadá ponderou que elementos como possibilidade de conciliação trabalho e família e a busca por satisfação no trabalho, ganham maior relevância quando avaliados pelos empreendedores do gênero feminino do que o masculino. Além disso, a maioria das empreendedoras teve pais e mães empreendedores e a experiência anterior foi o fator antecedente mais relacionado com o ramo de atividade escolhido para o novo negócio.

Em estudo conduzido por Jonathan (2003), complementando os estudos anteriores, refere que os fatores que motivam as mulheres a empreenderem são complexos e variados, destacando-se a busca de autorrealização e estabilidade ou independência financeira. Observou-se que as empreendedoras estudadas iniciaram seus negócios ou a intenção de criá-los ainda jovens, utilizando-se do conhecimento adquirido anteriormente no setor, na área de gestão ou, ainda, da experiência dos familiares. Apesar disso, buscaram ter conhecimento do mercado onde vão atuar. A principal fonte de recursos de tais negócios foram os recursos próprios ou de familiares.

Mesmo sendo afetadas pela restrição de tempo destinado aos filhos e às preocupações da casa, as mulheres acreditam que empreender oferece mais vantagens, como mais liberdade, realização, autonomia e independência financeira, além da satisfação com a atividade empreendedora sobre suas vidas (SILVEIRA; GOUVÊA; HOELTGEBAUM, 2007).

O exercício do empreendedorismo proporciona intenso prazer e sentimentos de satisfação e bem-estar subjetivo nas empreendedoras, dando pouco espaço a arrependimentos. Elas desejam atualizar o seu potencial pessoal e profissional

utilizando estratégias que harmonizem as demandas pessoais, familiares e profissionais, ao promoverem espaços de transformação de si mesmas e do contexto socioeconômico cultural no qual se inserem. Na condução dos seus empreendimentos, as empreendedoras exercem uma liderança compartilhada, baseada em parcerias internas e externas. Dessa forma, evidencia-se que, ao invés de exercerem o poder sobre os outros, as empreendedoras exercem o poder com os outros (JONATHAN *et al.*, 2005).

3. Metodologia

A amostra foi realizada por conveniência e a população alvo formada por nutricionistas que trabalharam como pessoa jurídica, ou seja, com empresa própria no ramo da nutrição. Dos 42 nutricionistas convidados, 23 aceitaram participar da pesquisa e encaminharam os questionários preenchidos eletronicamente.

A validação do instrumento foi realizada através de pré-teste, com duas nutricionistas consultoras. As perguntas objetivas abordaram faixa etária, estado civil, tempo de formação entre outros, enquanto as perguntas descritivas abordaram o ponto de vista dos participantes quanto à necessidade de uma melhor preparação da área empreendedora entre outras informações.

Os dados foram coletados de março a maio de 2015 por meio de preenchimento do Instrumento de Coleta de Dados construído para tal fim, encaminhado por email, o qual foi autopreenchido pelos entrevistados, mediante aceite do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Projeto aprovado na Comissão de Pesquisa da FAMED/UFRGS). Após o preenchimento, o instrumento foi reenviado para os pesquisadores, também via email.

Para fornecer o panorama descritivo, os dados obtidos foram transcritos para tabelas no programa Microsoft Excel, visando facilitar a leitura quantitativa, através das frequências absolutas, e também o agrupamento das descrições, com o intuito de relacionar as respostas dos entrevistados.

4. Resultados e Discussão

Dos 42 questionários enviados, 23 foram respondidos. Destes, quatro questionários foram excluídos da amostra, devido ao fato dos nutricionistas não trabalharem como pessoa jurídica, um dos critérios de inclusão da pesquisa.

Caracterização do nutricionista empresário

Quanto ao perfil dos profissionais entrevistados, observa-se na Tabela 1 que a maioria dos participantes da pesquisa (73,6%) encontra-se na faixa etária entre 20 e 40 anos e o gênero predominante pertence ao sexo feminino representando 94,7% da amostra. Esses dados foram semelhantes aos resultados encontrados na última pesquisa do Conselho Federal de Nutricionistas (2005) em relação ao perfil do nutricionista, o qual 79,4% apresentava uma faixa etária entre 20 e 40 anos e 96,5% sendo do sexo feminino.

Dados da pesquisa GEM (2016) mostram que atualmente o empreendedor brasileiro está mais jovem. No Brasil, 53% dos empreendedores com até três anos e meio de atividade têm entre 18 e 34 anos, enquanto nas empresas que estão há mais tempo no mercado apenas 24% são dessa faixa etária.

Barbosa *et al.* (2011) relatam em seu estudo, que as empresas iniciadas por mulheres têm alcançado sobrevivência maior do que a média de vida dos novos empreendimentos, enquanto Teixeira *et al.* (2011) destacam alto número de mulheres na população economicamente ativa aliado ao surgimento de uma preocupação significativa com o enfoque do empreendedorismo feminino. Em complemento, estudo conduzido por Jonathan (2003) refere que, o exercício do empreendedorismo por mulheres, proporciona intenso prazer, além de sentimentos de satisfação, e que estas mulheres acabam por utilizar estratégias que harmonizem as demandas pessoais, familiares e profissionais.

Tem se destacado o alto número de mulheres que participam da população economicamente ativa, ao lado de uma crescente expansão do número de pequenas e médias empresas em nível mundial. Por consequência disto, surge uma preocupação significativa com o enfoque do empreendedorismo feminino (TEIXEIRA *et al.*, 2011).

Na Tabela 1 também podemos observar que a maioria dos entrevistados (63%) se encontram com tempo de formação entre 6 e 20 anos e que a grande maioria dos nutricionistas empresários da amostra é proveniente de universidades particulares (78,9%).

Tabela 1- Perfil das 19 nutricionistas empresárias, Rio Grande do Sul, São Paulo e Distrito Federal, Mar - Mai 2015

Idade (anos)	n (%)	Tempo de formação (anos)	n (%)
20-30	06 (31,5)	01-05	03 (15,7)
31-40	08 (42,1)	06-10	06 (31,5)
41-50	01 (5,2)	11-20	06 (31,5)
>51	04 (21,2)	>21	04 (21,3)
Sexo	n (%)	Universidade	n (%)
Feminino	18 (94,7)	Particular	15 (78,9)
Masculino	01 (5,3)	Pública	04 (21,1)
Estado civil	n (%)	Experiências prévias em outros trabalhos	n (%)
Solteiro	05 (26,5)	Sim	15 (78,9)
Casado	11 (57,8)	Não	04 (21,1)
União Estável	03 (15,7)		
Companheiro trabalha na mesma empresa	n (%)	Obtiveram inspiração nessas experiências prévias	n (%)
Sim	06 (31,5)	Sim	08 (53,4)
Não	05 (26,3)	Não	07 (46,6)
Filhos	n (%)	Outros vínculos empregatícios atualmente	n (%)
Sim	10 (52,6)	Sim	06 (31,5)
Não	09 (47,4)	Não	13 (68,5)

Fonte: Dados da pesquisa

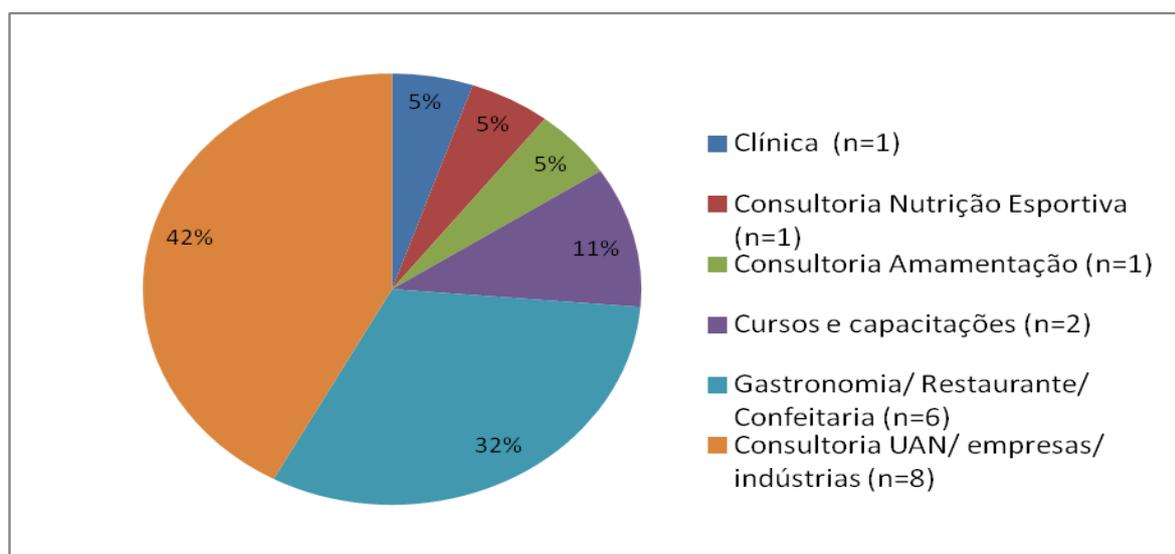
A grande maioria, segunda a Tabela 1, teve experiência em outros empregos antes de abrir a própria empresa (78,9%) e entre os que tiveram experiência, mais da metade desses nutricionistas (53,4%) responderam que obtiveram algum tipo de inspiração nestes locais antes da abertura do seu próprio negócio. Além disso, cerca de 70% se dedicam exclusivamente a sua empresa sem ter outro vínculo empregatício e aproximadamente 80% dos entrevistados não voltariam a um emprego de carteira assinada, o qual oferecesse maior estabilidade financeira.

Áreas de atuação do nutricionista

No que diz respeito às diversas áreas de atuação do nutricionista, a Figura 1 apresenta os resultados dos 19 participantes agrupadas em 6 áreas.

Pode-se observar (Figura1) que a área em que mais apresentou nutricionistas atuando foi na área de consultoria em Unidades de Alimentação e Nutrição (UAN), empresas e indústrias no ramo da alimentação (42%). Na sequência, 32% dos nutricionistas atuam na área de gastronomia, representado por três empresas que preparam refeições saudáveis para distribuição, *in natura* e congelados, através de tele-entrega, além de dois restaurantes comerciais e uma confeitaria. Empresas que atuam em cursos e capacitações representam 11% da amostra, incluindo uma empresa que presta capacitações e atualizações em nutrição em geral e outra que presta cursos de gastronomia funcional. Consultoria em Nutrição Esportiva, Consultoria em Amamentação e Clínica representou cada uma 5% dos resultados da amostra, com uma empresa em cada uma dessas áreas.

Figura 1. Áreas de atuação dos nutricionistas empreendedores



Fonte: Dados da pesquisa

Comparando-se as principais áreas de atuação, observa-se que o campo em que mais concentrou iniciativas empreendedoras foi a área de alimentação coletiva, representando 74% do total, somando-se as subáreas de consultoria em UAN, indústrias e empresa e de gastronomia (preparação de alimentações saudáveis, restaurantes e confeitaria).

Para Vasconcelos e Calado (2011) pode haver uma necessidade de modificações no mercado de trabalho e nas áreas de atuação profissional do nutricionista. Isto já pode ser observado uma vez que a inserção do nutricionista está aumentando em algumas

áreas recentes enquanto que em outras ainda se está iniciando um processo de apropriação do seu campo de atuação.

Gomes (2005) afirma que na criação de pequenas empresas, os novos empreendimentos podem trazer, por vezes, a descoberta de um novo produto ou serviço, novos mecanismos de comercialização, distribuição, ações para aproximar consumidor dos produtos, ou ainda que como repetição, a tentativa de repetir algo já conhecido em um ambiente empresarial novo, na busca de inserir e explorar uma oportunidade pela ausência de um produto ou serviço, ou pela disposição desses produtos ou serviços de outra forma em uma dada coletividade, como se pode verificar nesses resultados.

Esse movimento se faz interessante nos dias atuais, uma vez que, para Roncon e Munhoz (2009) há uma necessidade de redesenhar a carreira, abrir um negócio próprio, ou mesmo, continuar como assalariado, mas agir e pensar como um empreendedor, ou seja, definir metas, ser obstinado e propor idéias inovadoras, diante da instabilidade do mercado de trabalho. Além disso, há uma perspectiva segundo GEM (2016) que o mercado interno brasileiro ainda ofereça muitas oportunidades de negócios, seja para a classe média, em expansão, seja para segmentos específicos.

Caracterização geral dos empreendimentos

Entre as empresas entrevistadas por este estudo, a maioria (68,4%) está estabelecida a mais de 3 anos e meio no mercado e a maioria (68,4%) das empresas tem sócios. Quando avaliado os aspectos financeiros para desenvolver inicialmente o negócio, aproximadamente 58% precisaram de algum tipo de auxílio financeiro. Destes a maioria (63,1%) já teve um retorno financeiro total do investimento inicial (Tabela 2).

Além da relevância desses assuntos, pode-se observar na Tabela 2, que entre os profissionais entrevistados, a maioria (94,7%) ocupa parte do tempo em atividades como administração e gestão, além do trabalho técnico especificamente. Isto se deve ao fato do atendimento das questões burocráticas que estão ligadas ao gerenciamento de um negócio, além das questões administrativas e empreendedoras. Geralmente os profissionais percebem que precisam de algum conhecimento em administração justamente quando sentem a sua falta, seja quando as contas não fecham no final do mês ou quando seus clientes não os procuram mais (ZUGMAN, 2011).

A grande maioria dos participantes (94,7%) apresenta o desejo de aumentar o número de clientes. Visto que existe essa demanda natural pela busca de clientes aliado a competitividade do mercado, deve-se repensar a disponibilidade de uma disciplina especificamente de Marketing como parte da grade curricular nas Instituições de Ensino que ainda não a possuem, uma vez que prepare melhor o aluno para o cotidiano e realidade profissional e que outras áreas comerciais possam ainda ser exploradas.

Para finalizar, mais de 90% estão satisfeitos ou muito satisfeitos com suas empresas, 31,5% estão satisfeitos e apenas 10% estão parcialmente satisfeitos. Esses resultados demonstram que a iniciativa de empreender é um caminho real, com possibilidades de satisfação pessoal e profissional.

Tabela 2 - Caracterização geral dos 19 empreendimentos, Rio Grande do Sul, São Paulo e Distrito Federal, Mar - Mai 2015

Tempo da empresa no mercado	n (%)	Administração do tempo no empreendimento	n (%)
<3 anos e meio	06 (31,5)	50% técnico e 50% administrativo	04 (21,2)
>3 anos e meio	13 (68,5)	70% administrativo e 30% técnico	06 (31,5)
Sócios	n (%)	70% técnico e 30% administrativo	08 (42,1)
Sim	13 (68,5)	100% técnico	01 (5,2)
Não	06 (31,5)		
Auxílio financeiro	n (%)	Aspiração em aumentar nº clientes	n (%)
Sim	11 (57,8)	Sim	18 (94,7)
Não	08 (42,2)	Não	01 (5,3)
Retorno financeiro	n (%)	Grau de satisfação com o empreendimento	n (%)
Total do investimento inicial	12 (63,1)	Muito satisfeito	11 (57,8)
Parcial do investimento inicial	03 (15,7)	Satisfeito	06 (31,7)
Sem retorno investimento inicial	04 (21,2)	Parcialmente satisfeito	02 (10,5)
		Insatisfeito	0

Fonte: Dados da pesquisa

As empresas, de um modo geral, têm uma importância vital para a estabilidade da economia. No Brasil, como em outros países de economias em desenvolvimento e desenvolvidas, um segmento importante desse conjunto de empresas é o que corresponde às pequenas empresas (MATOS; VASCONCELOS, 2013).

Tanto em empresas familiares como em empresas ainda individuais ou de poucos sócios, deve-se ressaltar que uma das características essenciais das micro e pequenas empresas é o empreendedorismo (GOMES, 2005).

Contudo, apesar da importância dos empreendimentos para a economia, é necessário que o empreendedor busque identificar as reais possibilidades do negócio idealizado antes de abri-lo, e, somente após concluir essa análise, tornar-se um empresário a partir da criação de um micro, pequena e média empresa (ARRIBAS *et al.*, 2011).

Contato com o tema empreendedorismo

A Tabela 3 apresenta a avaliação pelos nutricionistas sobre o contato que tiveram com o tema empreendedorismo durante sua formação ou pós-formação, com o objetivo de avaliar como o tema está sendo apresentado ao profissional.

Tabela 3 – Avaliação do contato dos nutricionistas em relação ao tema empreendedorismo, Rio Grande do Sul, São Paulo e Distrito Federal, Mar - Mai 2015.

Contato empreendedorismo	Não teve	Teve contato	Excelente	Muito Bom	Bom	Regular	Insatisfatório
Disciplinas da graduação	14	5	0	2	1	0	2
Estágios na graduação	18	1	0	0	0	0	1
Empresa Júnior	19	0	0	0	0	0	0
Palestras e Congressos	14	5	0	2	1	0	2
Especializações	13	6	1	2	2	1	0
Ambiente de Trabalho	13	6	2	3	1	0	0

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se que nas áreas de contato apresentada, aproximadamente 70% dos participantes não tiveram contato com o tema (Tabela 3). Esses dados são de suma importância para se refletir o quanto esses nutricionistas tiveram a oportunidade de se preparar para atuar no mercado de trabalho, e o quão bom são esses contatos que eles puderam experienciar. É necessário lembrar que somente conhecimento técnico não garante o êxito nos negócios e um bom andamento da empresa. Qualquer prática profissional exige administração, pois dominar o processo técnico é seu bilhete de entrada ao mercado de trabalho, mas não a garantia de sucesso (ZUGMAN, 2011). Neste aspecto, tanto a administração como a gestão e o empreendedorismo andam juntos e preparam o empreendedor para uma boa atuação no mercado de trabalho.

Os locais onde os nutricionistas mais tiveram contato com o tema, em ordem crescente, segundo a Tabela 3, foram na graduação, em palestras e congressos, nos cursos de especialização e no trabalho. Contudo as duas opções que obtiveram uma excelente avaliação segundo os participantes da pesquisa foram, além do contato no trabalho, os cursos de especialização. Em complemento, os contatos classificados como "muito bom" foram na graduação, com as cadeiras de Marketing e Nutrição, Unidades de Alimentação e Nutrição (UAN) e as palestras e congressos. Ressaltando que, segundo a pesquisa, foi mais comum encontrar uma excelente avaliação fora do que dentro da graduação, seja por disciplinas, estágios curriculares ou Empresa Júnior.

Outro dado relevante desta pesquisa é que a maioria (74%) tem o interesse de realizar mais cursos para seus empreendimentos. Entre os citados observam-se, em ordem crescente de interesse, os seguintes resultados: liderança e equipe, marketing, finanças, franquias, gestão de negócios e captação de clientes.

Nobrega *et al.* (2012) referem que há uma nova configuração no trabalho do nutricionista, exercendo papéis não só focado na área da saúde, como profissional liberal, mas também em profissional organizacional, necessitando de conhecimentos específicos da área de gestão, devendo possuir uma série de competências tanto do ponto de vista pessoal quanto do ponto de vista gerencial.

Diante do resultado da avaliação do contato com o empreendedorismo no meio universitário, da procura realizada fora deste e ainda, diante do interesse dos profissionais para realização de mais cursos nessas áreas, observa-se a importância de fomentar essa formação empreendedora nas Instituições de Ensino Superior nos cursos de graduação e pós-graduação.

Além disso, o Brasil, atualmente, atingiu sua maior taxa total de empreendedorismo, ou seja, aproximadamente 50 milhões de indivíduos trabalhando através da atuação liberal (GEM, 2016).

Visto cada vez mais pessoas se interessarem em inserir o empreendedorismo em suas carreiras, mais necessário se torna preparar esse público com subsídios em educação empreendedora, uma vez que, segundo Chiavenato (2008), nos novos negócios, existe um alto risco de mortalidade prematura, inclusive algumas das possíveis causas de mortalidade das empresas estão principalmente relacionada com a inexperiência, a falta de preparo, de informação, de planejamento e de conhecimento específico sobre o negócio por parte do empreendedor.

Em complemento, Dornelas (2008) refere que apesar de os empreendedores inatos continuarem existindo e sendo referências de sucesso, outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras. Para Zampler e Takahashi (2011) o empreendedorismo pode ser influenciado pelo treinamento e educação, e ainda complementa que a vivência profissional no ambiente de negócios acaba desenvolvendo a capacidade de visão e de seguir oportunidades.

Ensino do empreendedorismo

Todos os nutricionistas entrevistados afirmaram considerar importante que as faculdades ofereçam uma melhor preparação em relação à gestão, administração e empreendedorismo. Algumas das justificativas recebidas no questionário estão apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1 – Resposta dos nutricionistas entrevistados em relação à pergunta:

“Considera importante que as faculdades ofereçam uma melhor preparação em relação à gestão, administração de empresa e empreendedorismo a seus alunos? ”

1-“Sim, por que não é visto na faculdade o empreendedorismo, somente o conhecimento para atuação no mercado. Tive aula de administração, mas foi muito superficial. Não é valorizado pela faculdade”.

2-“Sim, independente da área a ser seguida, o empreendedorismo é fundamental para o crescimento profissional”.

3-“Sim, durante a graduação as informações sobre empreendedorismo são poucas. A montagem de um negócio exige conhecimento na área de gestão financeira também e seria importante que a faculdade abordasse esses assuntos”.

4-“Sim, pois as faculdades preparam o aluno para a área técnica, mas esquecem de prepará-los para serem gestores de seus negócios, sejam eles clínicas, empresas, hospitais, restaurantes, prefeituras, etc. Em todo o mercado sempre há necessidade de se fazer gestão, e em muitos casos somos contratados para isso, pois a parte técnica acaba sendo realizada por profissionais de escolaridade inferior, como técnico e assistente”.

5-“Sim, a formação do nutricionista é muito técnica e não habilita os profissionais a trabalharem no mundo corporativo”.

6-“Sim, com certeza esta é uma tendência forte para os cursos de graduação. Alunos empreendedores é um sonho para qualquer curso, isso somente acontece se existem professores, com este perfil”.

Fonte: respostas dos entrevistados.

Segundo a pesquisa realizada pelo Conselho Federal de Nutricionistas (CFN, 2009), 47,4% dos nutricionistas brasileiros tinham cursado ou estavam realizando cursos de especialização, 9,4% tinham ou estavam cursando mestrado e apenas 2,4% tinham ou estavam cursando doutorado. Esses dados, embora possam ter mudado nos dias atuais, ainda assim, apontam para a necessidade de investimentos no processo de formação continuada do nutricionista, no que se refere à ampliação das possibilidades de realização de cursos de pós-graduação estrito senso (mestrado e doutorado).

Diante disto, uma das opções de pós-graduação poderia ser específica no preparo do nutricionista empreendedor para respaldar a criação do seu negócio em vários aspectos, como financeiro, gestão, marketing, captação de clientes.

Segundo Zugman (2011) muitos cursos voltados para a área de gestão e empreendedorismo são feitos por e para administradores, mesmo os cursos voltados para profissionais de outras áreas acabam sendo uma releitura das teorias de administração, com alguns exemplos mais variados. Ainda afirma que esses cursos podem até funcionar, mas na maior parte das vezes, os profissionais acabam recebendo conhecimentos genéricos, difíceis de serem colocados em suas práticas específicas e por isso nota-se a importância de criar-se uma educação específica à área da saúde ou nutrição especificamente.

A universidade pode atuar no desenvolvimento da postura empreendedora numa fase em que, segundo Guimarães (2002), os componentes substantivos do projeto pedagógico e programa das disciplinas devem privilegiar a reunião de informações sobre o processo, desenvolvimento de atitudes e valores, adequação entre características pessoais e empreendedoras, e análise de oportunidades e de viabilidade de negócios. Deve-se partir do pressuposto que educação empreendedora deve se centrar no desenvolvimento de habilidades que facilitem a tomada de decisões, as quais englobariam capacidade de inovar, assumir riscos e resolver problemas.

Porém, atualmente a estrutura tradicional de ensino que prevalece no Brasil, enfatiza o direcionamento dos alunos para obtenção de empregos no setor público ou privado, e em sua maioria negligencia o empreendedorismo como alternativa de carreira, geralmente associando essa iniciativa a atividade de alto risco (IBQP, 2014).

De acordo com Dolabela (2000), as nossas universidades têm ainda que superar desafios internos para poder concentrar as suas energias na formação de pessoas com características empreendedoras.

Vale destacar que reformas curriculares são campos de conflitos de interesses e tensões, onde muitas vezes as práticas educativas assumem papel conservador, de manutenção do já instituído, uma vez que as propostas de mudança podem produzir perplexidade, ansiedade e gerar paralisia, ao invés da desejada transformação (COSTA, 2011).

A questão da educação tem sido de interesse de diversos pesquisadores, além disto, atualmente, fazer um curso superior, público ou privado, não é mais garantia de emprego no mercado de trabalho. Esta realidade desmotiva os jovens a concluírem a graduação. Para contornar essa situação algumas instituições estão dando os primeiros passos em outro caminho, o dos empreendedores ao invés de preparar o aluno para ser empregado (MACHADO *et al.*, 2005).

5. Considerações finais

O estudo possibilitou uma visão do perfil dos nutricionistas empresários e de seus empreendimentos em suas diferentes atuações, o que contribuiu para aumentar a percepção da importância de se trabalhar à construção de competências

empreendedoras, dentro das Instituições de Ensino, contribuindo no desenvolvimento de elementos como criticidade, inovação, visão e principalmente o "saber fazer", ao longo do processo educacional. Tal desenvolvimento, em longo prazo, tende a produzir, indiretamente, benefícios econômicos, por influenciar o aumento da criação de novas empresas, a diminuição dos fracassos nos negócios existentes e a diminuição da quantidade de pessoas qualificadas a nível superior sem emprego.

Observa-se que a nutrição ainda é uma formação em expansão com lacunas a ocupar, seja no âmbito da saúde ou em outros espaços mais comerciais. Há uma perspectiva de que mais pessoas optem pela vertente do empreender em suas áreas de escolha, com uma atuação competitiva e especializada, abrindo o seu próprio negócio.

Neste contexto, o caminho do empreendedorismo poderia facilitar a exploração de novas áreas em ascensão. Desta forma, seria interessante a realização de estudos no intuito de analisar a grade curricular de cursos de graduação em Nutrição, de maneira a se traçar um panorama da existência de projetos pedagógicos voltados à cultura empreendedora. Além deste, também é pertinente a realização de estudos que avaliem as possíveis diferenças na formação empreendedora entre instituições privadas e públicas que confirmem ou não, os resultados desta pesquisa no quesito formação.

Referências

ARRIBAS, C. M.; BACKES, D.S; SOUZA JUNIOR, J.G.C; PIVA M.G. **As multifaces do empreendedorismo na enfermagem brasileira**. Santa Maria (RS): Centro Universitário Franciscano, 2011.

BACKES, D. S.; ERDMANN, A. L.; BÜSCHER, A. O cuidado de enfermagem como prática empreendedora: oportunidades e possibilidades. **Acta Paulista de Enfermagem**, v. 23, n. 3, p. 341-7, 2010.

BARBOSA, F. C. *et al.* Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – Sergipe. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 5, n. 2, p. 124-141, 2011.

CAMPELLI, M. G. R. *et al.* Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências. **Revista de Ciências da Administração**, v. 13, n. 29, p. 133-151, 2011.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3 ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

CFN. Conselho Federal de Nutricionistas. **Inserção profissional dos nutricionistas no Brasil**. Brasília: CFN, 2009.

CFN. Conselho Federal de Nutricionistas. **Quadro estatístico do 4º trimestre/2016 (1º/10/2016 a 31/12/2016)**, 2016.

CORRÊA, R. A. **Dicionário escolar Francês – Português / Português – Francês**. 5. ed. Rio de Janeiro: FENAME – Ministério da Educação e Cultura, 1958.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 2, p. 179-197, mar/abr., 2011.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2008.

FILION, L. J. Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP - Revista da Administração da Universidade de São Paulo**. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr/jun, 1999.

GARTNER, W. B. Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 25, n. 4, p. 27-39, 2001.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2008**. Curitiba: IBQP, 2008.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2014**. Curitiba: IBQP, 2014.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2016.

GOMES, A. F. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 4, n. 2, jul/dez, 2005.

GUIMARÃES, L. O. **A experiência universitária norte-americana na formação de empreendedores**: Contribuições das Universidades Saint Louis, Indiana e Babson College. 2002. Tese (Doutorado) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2002.

JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: ENCONTRO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, Brasília, **Anais...** Brasília: UEM, UEL, UNB, 2003.

JONATHAN, E. G. *et al.* Mulheres empreendedoras no Brasil: motivações e consequências. [Resumo] Em União Latino-americana de Entidades de Psicologia (org.). In: **I Congresso Latino-americano de Psicologia-ULAPSI** (União Latino-americana de Entidades de Psicologia). São Paulo, 2005.

LEITE, E. F. Formação de empreendedores e o papel das incubadoras. Universidade Católica de Pernambuco. In: Encontro Nacional de Empreendedorismo, Florianópolis, **Anais...** UFSC, 1999.

LEITE, E. S.; MELO, N. M. Uma nova noção de empresário: a naturalização do "empreendedor". **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 16, n. 31, p. 35-47, nov. 2008.

MACHADO, H. V. *et al.* O processo de criação de empresas por Mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, n. 2, p. 1-22, jul/dez, 2003.

MACHADO, M. R. L.; ANÊZ, M. E. M., RAMOS, R. E. B. A educação superior e o potencial empreendedor: um Estudo de Caso em uma Instituição de Ensino Superior In: EGEPE – Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. 4. 2005, Curitiba, **Anais...** Curitiba, 2005.

MATOS, P.; VASCONCELOS, A. Análise de causalidade da mortalidade das pequenas empresas no Brasil. **Revista Ciências Administrativas**, v. 19, n. 1, p. 13-34, jan/jun, 2013.

NEGRI, S.; RAMOS, M.; HAGEN, M. E. K. Influências na escolha por curso de nutrição em calouros de Porto Alegre (RS). **Cadernos de Educação**, n. 39, p. 221 - 241, mai/ago, 2011.

NÓBREGA, A. B. N. *et al.* Competências Gerenciais do nutricionista gestor de unidades de alimentação terceirizada. **RAUnP**, v. 4, n. 2, p. 49-60, 2012.

ROESE, A.; BINOTTO, E.; BÜLLAU, H. **Empreendedorismo e a Cultura Empreendedora: um estudo de caso no Rio Grande do Sul**. II Seminário de Gestão de Negócios. FAE Centro Universitário. Blumenau, 2005.

RONCON, P. F.; MUNHOZ, S. Estudantes de enfermagem têm perfil empreendedor? **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 62, n. 5, p. 695-700. Set/out, 2009.

SEBRAE - Serviço de apoio às micro e pequenas empresas. Brasília, 2013.

SILVEIRA, A.; GOUVEA, A. B. C. T.; HOELTGEBAUM, M. Empreendedorismo feminino: Características, considerações e entendimentos de mulheres gerentes

de Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina, Brasil. In: X Seminário em Administração, São Paulo. Anais... São Paulo, 2007.

TEIXEIRA, Rivanda Meira et al. Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. **REG Revista de Gestão**, v. 18, n. 1, p. 3-18, 2011.

TERRA, B.; DRUMONND, R. O empreendedorismo e a inovação tecnológica. **FINEP** (on-line). São Paulo, 2003.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. D. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014.

VASCONCELOS, F. A. G.; CALADO, C. L. A. Profession of dietician: 70 years of history in Brazil. **Revista de Nutrição**, v. 24, n. 4, p. 605-617, 2011.

ZAMPLER, M.A, TAKAHASHI, A.R.W. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **CADERNOS EBAPE.BR**, v. 9, p.564-585. Rio de Janeiro, Jul, 2011.

ZUGMAN, F. **Empreendedores esquecidos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.